山口県央商工会

平成 29 年　経営発達支援事業

経済動向調査

【速報版】

平成 29 年 1 月 ~ 平成 29 年 6 月

１．調査概要

調査目的

山口県山口市の阿東地域は、ＳＬ山口号が走り、りんご園やなし園といった観光関連事業者が多くいる。今後、観光りんご園、なし園、飲食店、特産品販売店等が連携し、取り組むべき課題の検討材料とするため、アンケートを実施する。

調査方法（速報版）

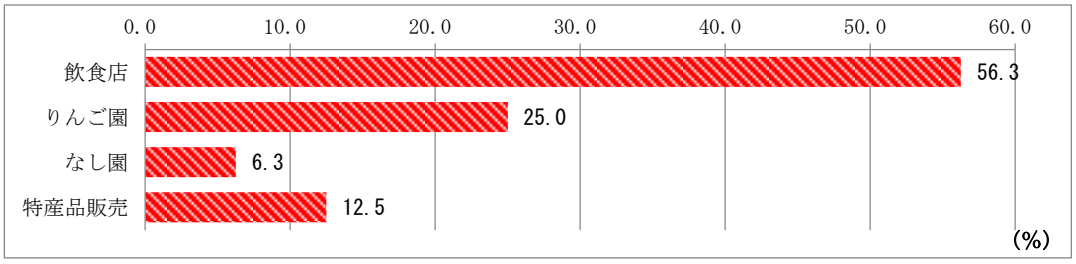
- 実施時期：平成２９年７月
- 対象期間：平成２９年１月～平成２９年６月
- 調査対象：山口県央商工会会員事業者（阿東地区内事業所）
- 調査方法：聞き取り調査、質問紙記入調査
- 有効回答数：１６件

２．経済動向調査結果

Ⅰ．経済動向調査の内、景況感に関するアンケート

◆調査対象事業者について

今回の調査対象事業者である１６件の業態は以下のとおりである。



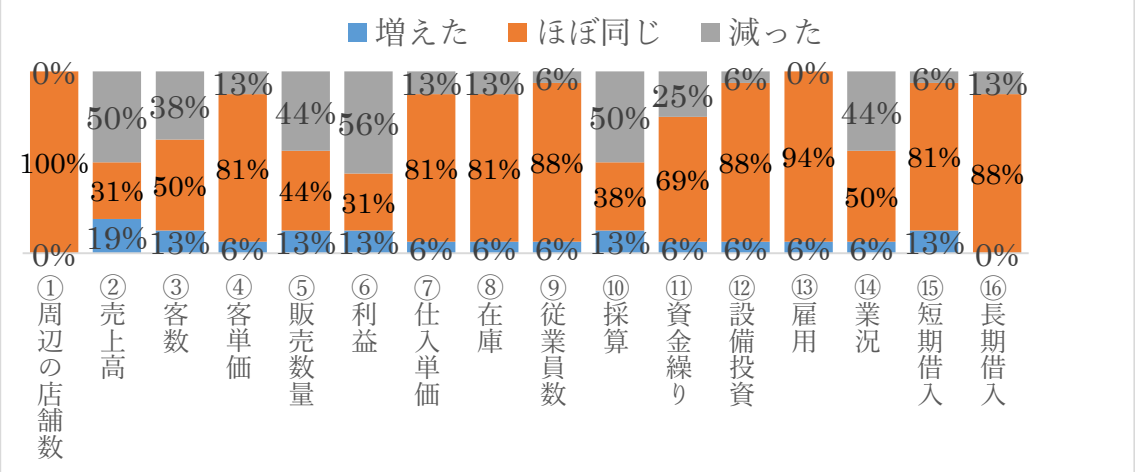
図：調査対象事業者の業態

半数以上が飲食店という結果であった。

※例えば、りんご園経営事業者でカフェ等の飲食店舗を併設している事業者については、その事業の主たる業態を優先させ「りんご園」と分類した。

◆経営環境の変化について

平成 28 年（1 月～6 月）前と比べた平成 29 年（1 月～6 月）の経営環境の変化は以下のような結果となった。

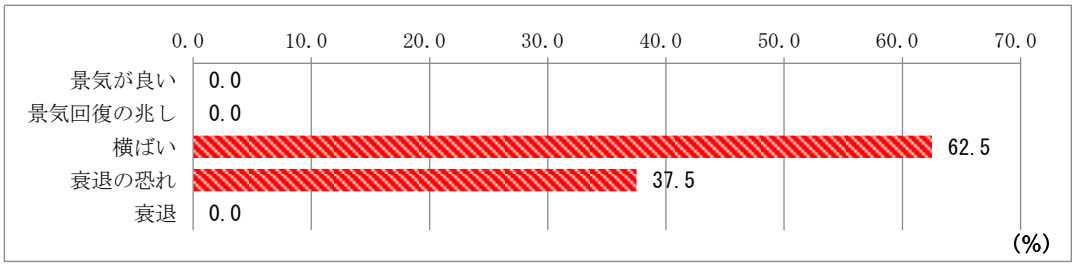


図：経営環境の変化

このうち、②売上高、③客数、⑤販売数量、⑥利益、⑩採算、⑭業況といった指標は「ほぼ同じ」と答えた割合が５０％以下であり、これら指標は事業者によってバラツキの大きい指標と言える。それ以外の指標は「ほぼ同じ」と答えた割合が過半数であり、事業者によってバラツキの少ない指標であった。

◆景況感について

次に、最近の地域の景況感については以下の通りであった。



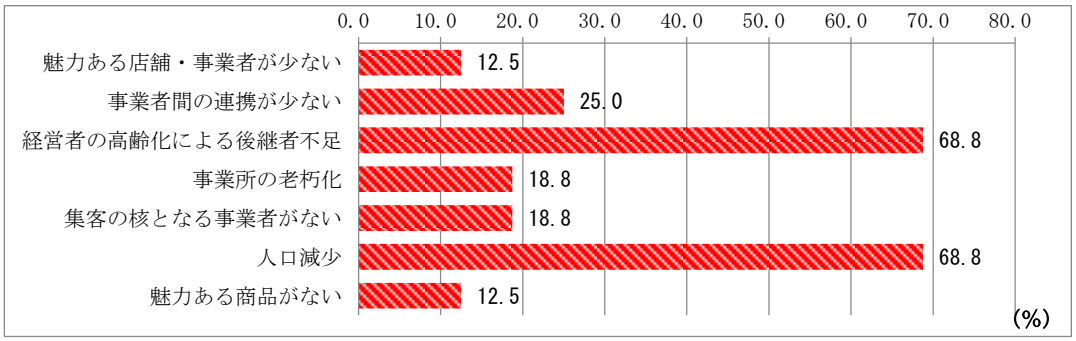
図：景況感

6割以上が「横ばい」と回答し、4割近い事業者が「衰退の恐れ」と回答した。特に「景気が良い」「景気回復の兆し」と言ったポジティブな回答はゼロであった。

Ⅱ経済動向調査の内、ニーズ・課題に関するアンケート

◆地域の課題について

地域の課題については以下の通りであった。

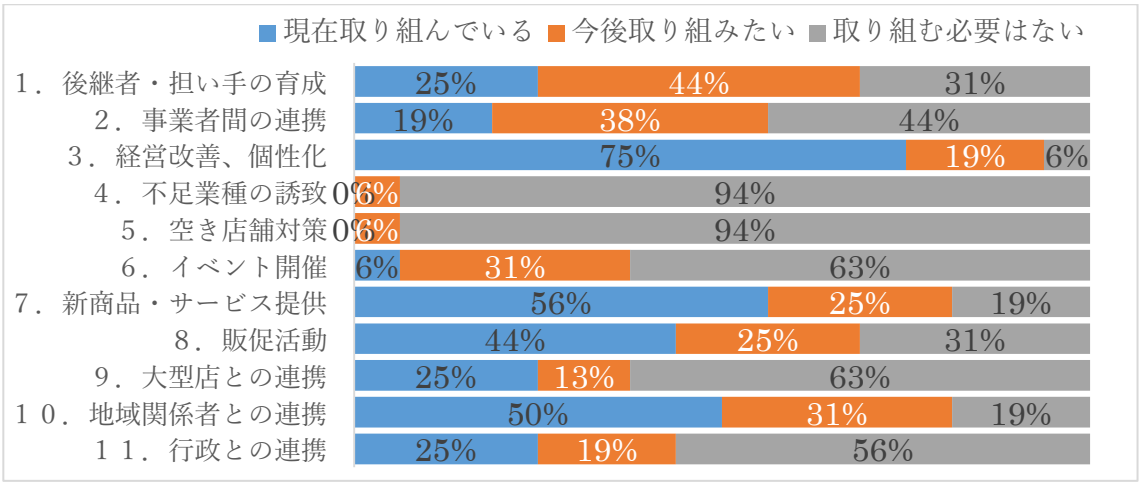


図：地域の課題

特に、「経営者の高齢化による後継者不足」「人口減少」については　7割近い事業者が回答しており、地域の課題として認識していることが示唆された。

◆課題解決に向けた取り組みについて

課題解決に向けた取り組み状況については以下の通りであった。



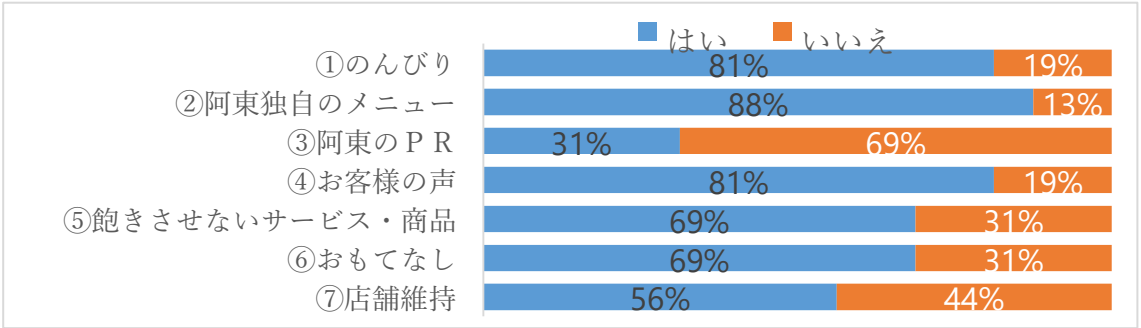
図：課題解決の取り組み

「現在取り組んでいる」と回答した課題は「3．経営改善、個性化」（7割超）、「7．新商品・サービスの提供」（5割超）、「10．地域関係者との連携」（5割）の順で多い。地域の事業者は主にこれら3つの課題に取り組んでいることが示唆された。

「今後取り組みたい」と回答した課題は「1．後継者・担い手の育成」（4割超）「2．事業者間の連携」（4割弱）の順であった。これらの課題に対する取り組みニーズが地域事業者の中で高まっていると言える。

◆課題解決に向けた取り組みについて

お客様対応の実施（はい）／非実施（いいえ）への回答については以下であった。



図：お客様への対応

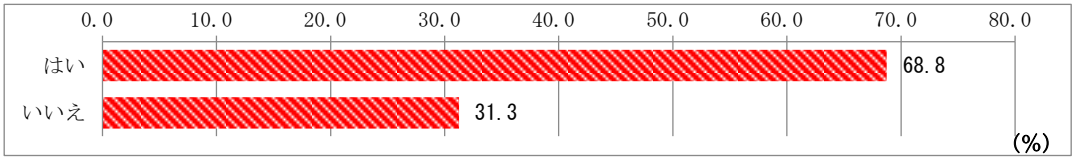
実施しているお客様対応は「①お客様がのんびり過ごせる対応」「②メニュー・商品に阿東にしかない味覚を入れる」「④お客様の声を聞き、満足してもらう対応」が８割を超えており、多くの事業者が実施していた。一方、「③阿東の歴史・自然環境のＰＲ」については３割程度であり、実施事業者は少ない。

◆事業所の対応について

以下は、対象事業者が実施している対応についての結果である。

①経営計画の作成

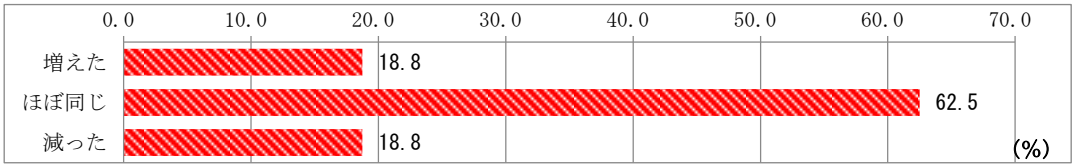
およそ、７割の事業所は作成していた。



図：経営計画の作成有無

②売れ筋商品の売り上げへ

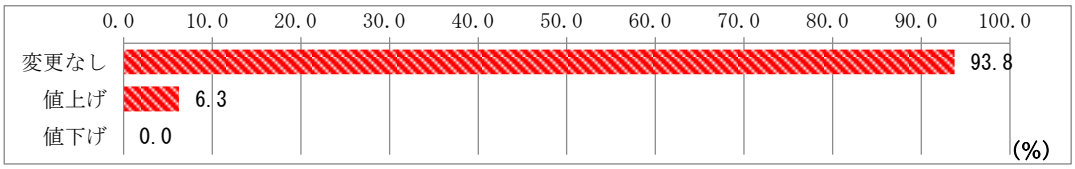
６割以上の事業者は「ほぼ同じ」という回答であった。



図：売れ筋商品の売り上げ

③商品・サービス価格の変更

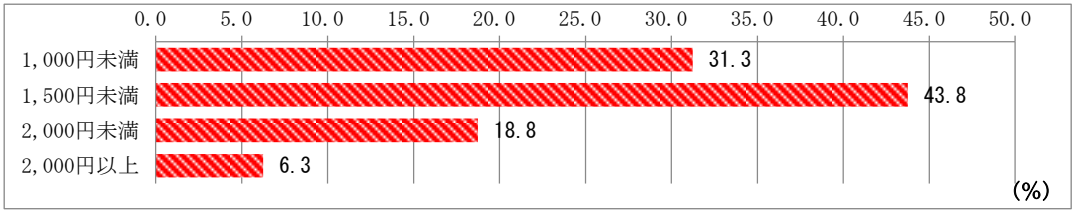
９割以上の事業者は「変更なし」という回答であった。



図：商品・サービス価格の変更

④客単価について

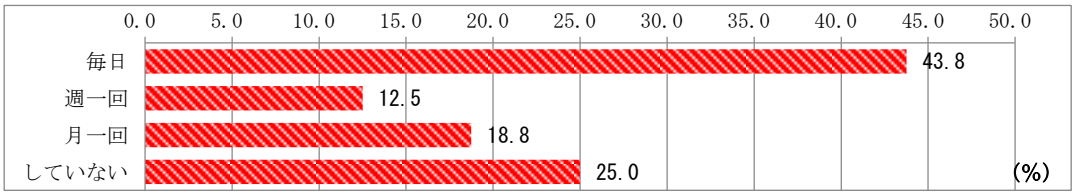
３割程度の事業者は「1000 円未満」、４割程度の事業者は「1500 円未満」という回答であった。



図：客単価

⑤在庫管理の頻度について

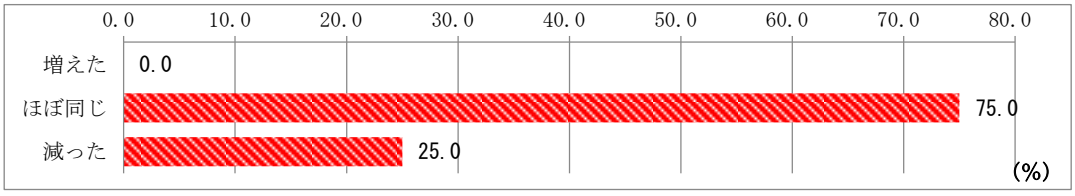
４割程度の事業者は「毎日」、一方、２割程度の事業者は「していない」という回答であった。



図：お客様への対応

⑥上得意様について

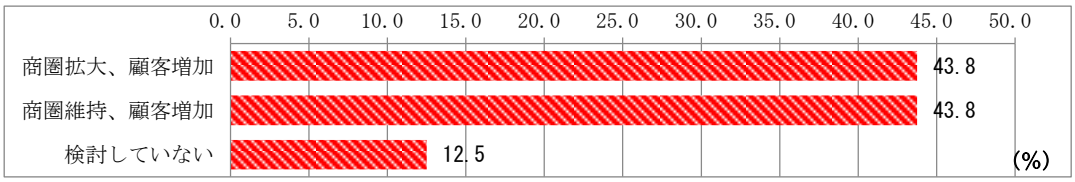
７割程度の事業者は「ほぼ同じ」という回答であった。



図：上得意様の変化

⑦今後の商圏の拡大、顧客の増加について

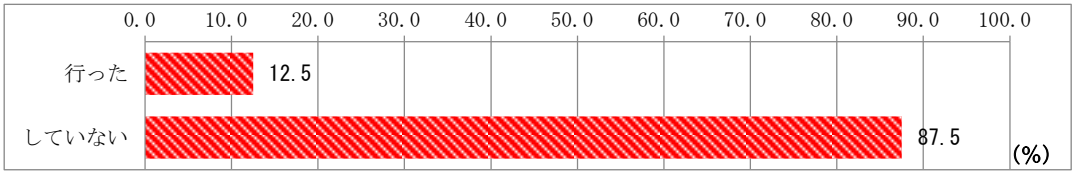
４割程度の事業者は「商圏拡大、顧客増加」、４割程度の事業者は「商圏維持、顧客増加」という回答であった。



図：商圏 ･顧客

⑧期間中の広告の実施について

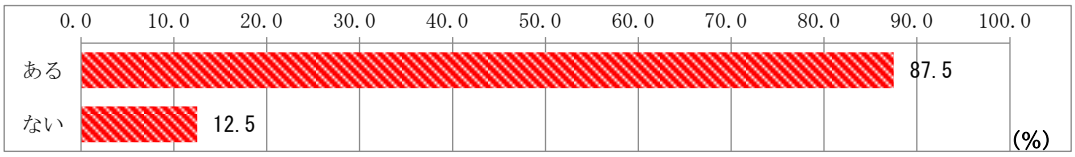
９割程度の事業者は「広告をしていない」という回答であった。



図：期間中の広告の実施

⑨修繕が必要な個所の有無について

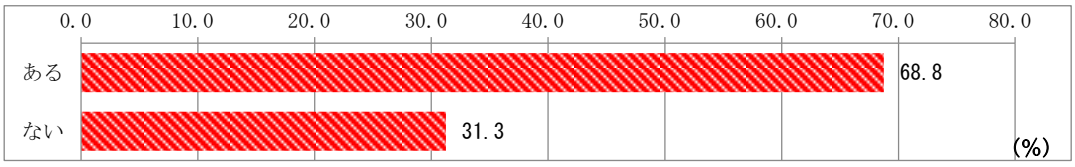
９割程度の事業者は「修繕が必要な個所がある」という回答であった。



図：修繕が必要な個所の有無

⑩不足する設備等の有無について

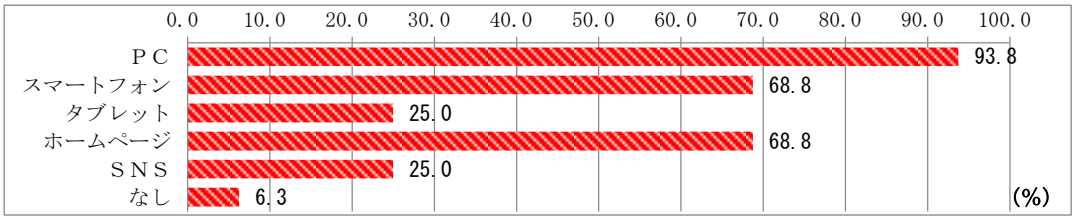
７割程度の事業者は「不足する設備等がある」という回答であった。



図：不足する設備

⑪情報化に対する取り組みについて

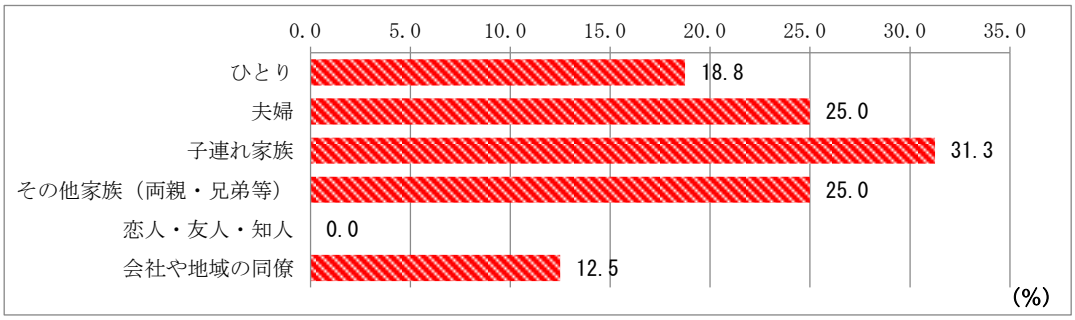
９割程度の事業者は「ＰＣを持っている」、７割程度の事業者は「スマートフォンを持っている」、「ホームページを持っている」という回答であった。



図：情報化に対する取り組み

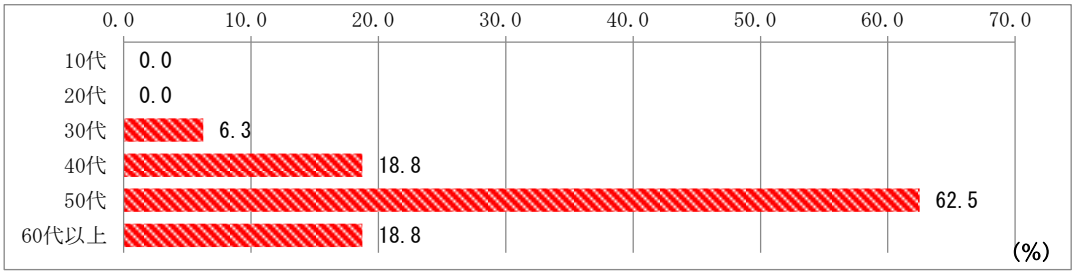
◆事業者の購買層について

事業者の購買層の同行者、年齢については以下であった。
「子連れ家族」が３割、「夫婦」「その他家族（両親・兄弟等）」が２割以上であった。



図：同行者

50 代が６割程度を占めていた。



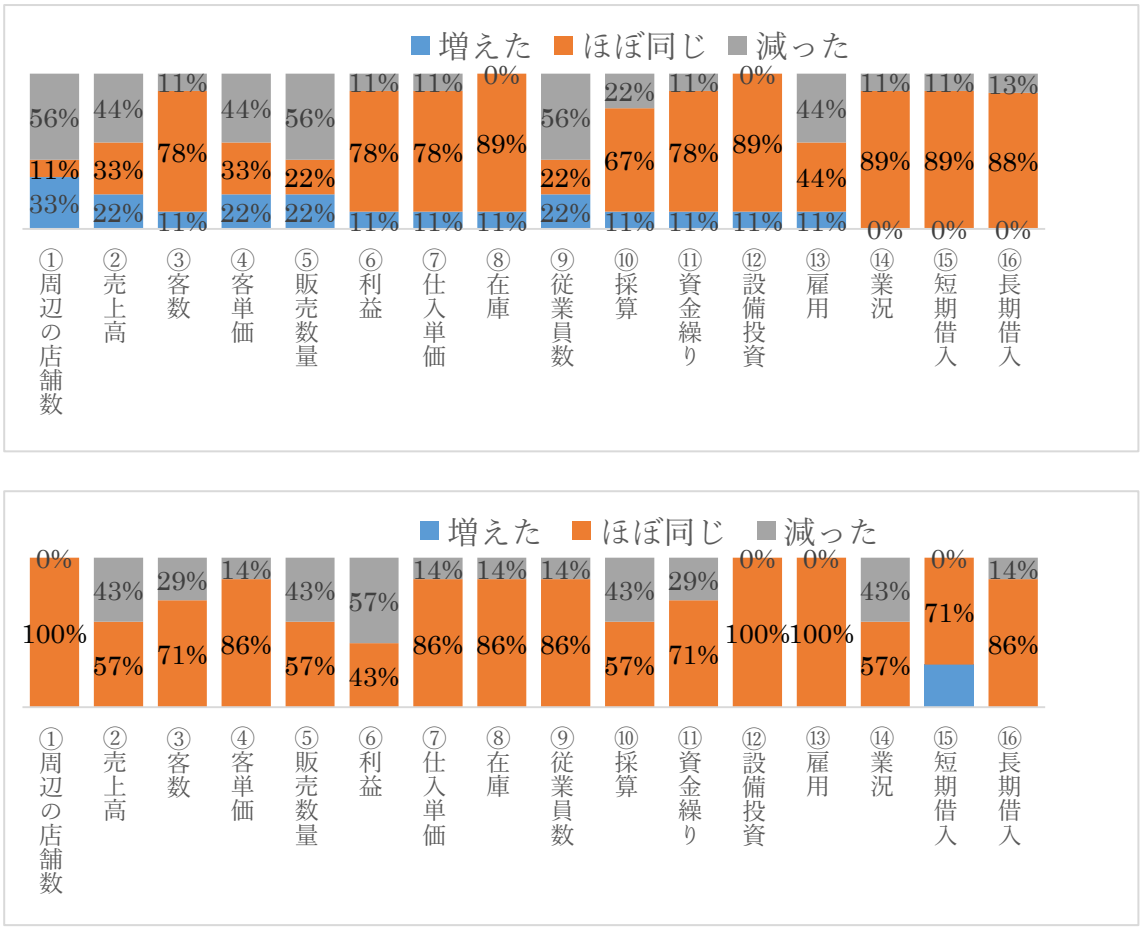
図：年齢

３．業種別、経営状況報告

ここでは調査対象事業者の業態を「飲食店」と「非飲食店」に分け、業種による経営状況や環境の違いを見ていく。

※りんご園事業者が飲食店を併設しているような場合は、その主たる業種を優先させ、「りんご園」に区分けし、集計を行った。

◆「飲食店」と「非飲食店」における、経営環境の変化



図：「飲食店」（上）と「非飲食店」（下）の経営環境の変化

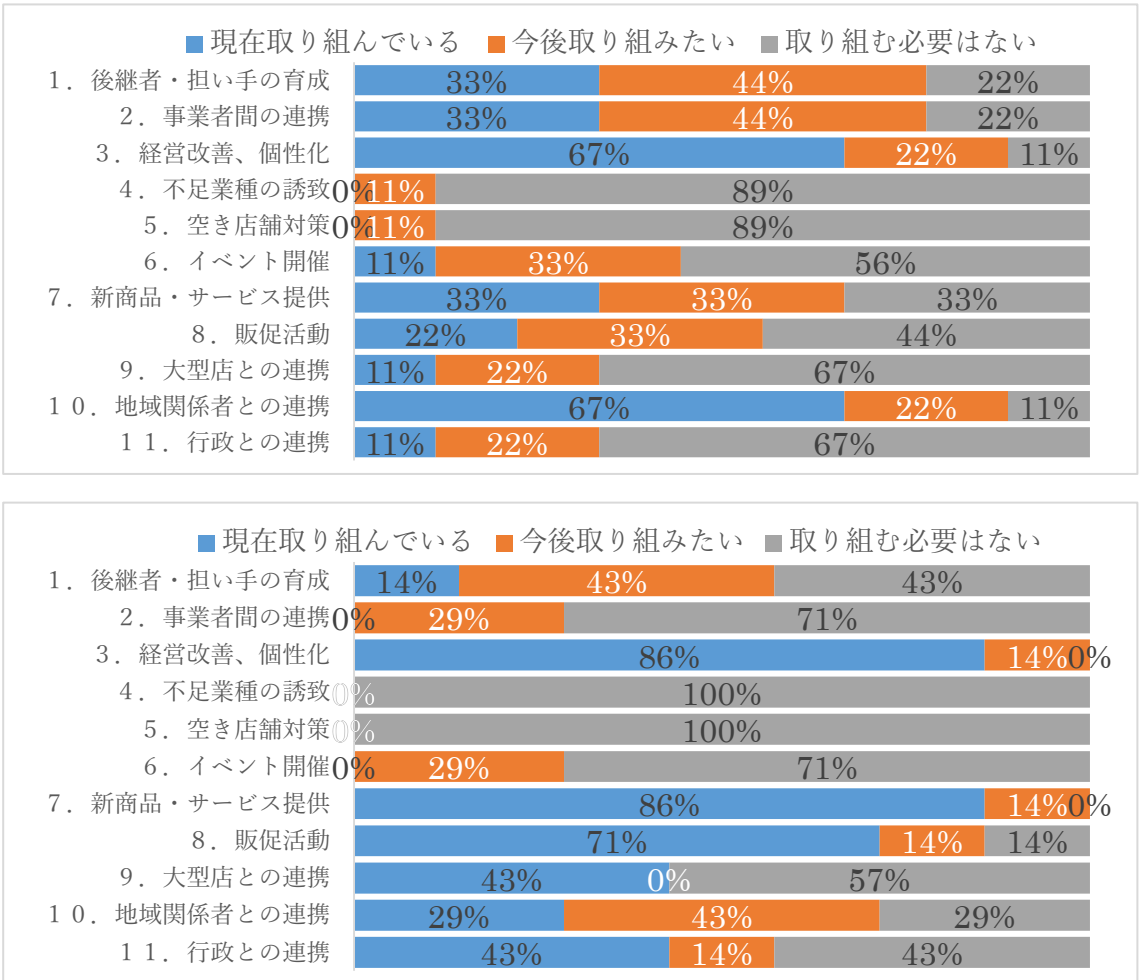
「非飲食店」では「⑮短期借入金」を除き、どの指標も「増えた」と回答した割合がいない。

これより、相対的に「飲食店」は業績の良い店舗と悪い店舗の 2 極化が進む傾向があるが、「非飲食店」では業績の変化が緩やかであり、さらに変化の方向は「同程度」か「悪化」という傾向がみられる。

これは、飲食店は比較的、販路開拓策や経営改善策がスピーディーに行え業績改善の反応も早いのに対し、「非飲食店（観光農園や特産品販売）」では観光シーズンの観光人口の大小に経営が影響する傾向が強いこともあり、販路開拓策や経営改善策の結果が出るタイミングが遅いことも要因であると考えられる。

とは言え、多くの「非飲食店」の業績は「同程度」か「悪化」の傾向であり、早い段階で経営改善策を講じる必要がある。有効な経営改善策については、「4．売上・利益の増減に関する要因分析」で触れる。

◆「飲食店」と「非飲食店」における、経営課題の取り組み状況の違い



図：「飲食店」（上）と「非飲食店」（下）の課題への取り組み

「１.後継者 ･担い手の育成」については、飲食店は３割程度の事業者が取り組んでいる一方で、非飲食店は１割程度にとどまる。どちらも「今後取り組みたい」とする割合が４割を超えているため、この点のサポート、支援が望まれる。

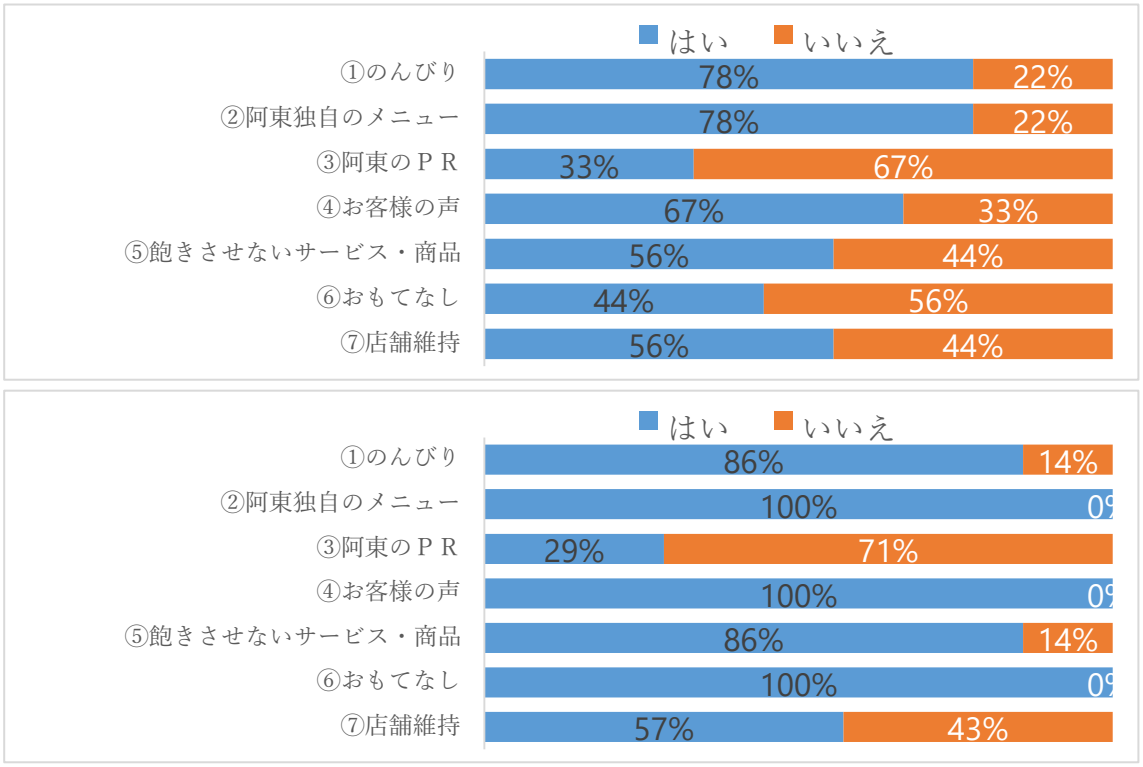
「２.事業者間の連携」については、飲食店は３割程度の事業者が実施しており、

また「今後取り組みたい」とする事業者も４割程度であった。この点は飲食店は非飲食店よりも、事業者間の連携へのニーズは高いことが示唆され、サポート、支援が望まれる。

「３．経営改善、店舗の個性化」「７．新商品 ･サービスの提供」「８．販促活動」などは飲食店は非飲食店に比べ取り組んでいる事業者の割合は比較的低い。これらの取り組みについては、「今後取り組みたい」とする事業者も一定割合いるため、この点のサポート、支援が望まれる。

非飲食店において、**「１０．地域関係者との連携」**に取り組んでいる事業者の割合はは飲食店と比較して低い。ただし、「今後取り組みたい」とする事業者も一定割合いるため、この点のサポート、支援が望まれる。

◆「飲食店」と「非飲食店」における、顧客対応の違い



図：「飲食店」（上）と「非飲食店」（下）の顧客対応

上記結果から以下のことが示唆された。

1. 非飲食店の方が飲食店に比べて「①のんびり過ごせる対応」「②阿東独自のメニュー提供」「④お客様の声を聴き、対応する」「⑤飽きさせないサービス・商品の提供」「⑥おもてなし優遇の実施」と言った対応を行っている割合が高い。
2. 総じて、飲食店は非飲食店に比べて、お客様対応を行っている割合が低い。
3. 上記より、飲食店のサービス接遇のレベルアップ、スキルアップの支援が望まれる。

４．「売上」「利益」の増減に関する要因分析

本章では、事業者の経営にとって重要な指標である「売上」と「利益」の増減に影響を与えている要因について分析を行い、今後の経営改善への手がかりを示唆したいと考える。

具体的な手順は、質問「経営環境の変化」における「②売上高」ならびに「⑥利益」において、「増えた」と「ほぼ同じ」と回答したグループを「同／増加」群とし、「減った」と回答したグループを「減少」群として、以下の質問項目との関連を分析した。

◆業態について

売上に関するクロス表

	合計	飲食	りんご園	なし園	特産品販売
全体	16	11	4	1	2
(%)	100.0	68.8	25.0	6.3	12.5
同/増加	8	4	2		
(%)	100.0	50.0	25.0		
減少	8	7	2		
(%)	100.0	87.5	25.0		

利益に関するクロス表

	合計	飲食	りんご園	なし園	特産品販売
全体	16	11	4	1	2
(%)	100.0	68.8	25.0	6.3	12.5
同/増加	7	4	1		
(%)	100.0	57.1	14.3		
減少	9	7	3		
(%)	100.0	77.8	33.3		

図：経営指標と業態の関係

飲食店については「同／増加」群は４件、「減少」群は７件であり、他の業種と比較しても、飲食店は売上、利益ともに「減少群」の割合が比較的高い。これより、特に飲食店への経営改善が重要であることが示唆される。

◆後継者 担い手の育成について

売上に関するクロス表

	合計	現在取り組んでいる	今後取り組んでみたい	取り組む必要はない
全体	16	4	7	5
(%)	100.0	25.0	43.8	31.3
同/増加	8	4	2	2
(%)	100.0	50.0	25.0	25.0
減少	8		5	3
(%)	100.0		62.5	37.5

利益に関するクロス表

	合計	現在取り組んでいる	今後取り組んでみたい	取り組む必要はない
全体	16	4	7	5
(%)	100.0	25.0	43.8	31.3
同/増加	7	4	1	2
(%)	100.0	57.1	14.3	28.6
減少	9		6	3
(%)	100.0		66.7	33.3

図：経営指標と後継者育成の関係

「売上：同／増加群」で後継者育成に取り組んでいる割合は５割であり、「売上：減少群」は０割と両者で差がみられた。
同様に、「利益：同／増加群」で後継者育成に取り組んでいる割合は６割程度であり、「利益：減少群」は０割と両者で差がみられた。
これより、売上、利益が減少している事業者は後継者育成に取り組んでいないという結果がみられた。

◆経営改善・個性化について

売上に関するクロス表

	合計	現在取り組んでいる	今後取り組んでみたい	取り組む必要はない
全体	16	12	3	1
(%)	100.0	75.0	18.8	6.3
同/増加	8	7	1	
(%)	100.0	87.5	12.5	
減少	8	5	2	1
(%)	100.0	62.5	25.0	12.5

利益に関するクロス表

	合計	現在取り組んでいる	今後取り組んでみたい	取り組む必要はない
全体	16	12	3	1
(%)	100.0	75.0	18.8	6.3
同/増加	7	6	1	
(%)	100.0	85.7	14.3	
減少	9	6	2	1
(%)	100.0	66.7	22.2	11.1

図：経営指標と経営改善・個性化の関係

「売上：同／増加群」で経営改善・個性化に取り組んでいる割合は９割程度であり、「売上：減少群」は６割程度と両者で差がみられた。
同様に、「利益：同／増加群」で後継者育成に取り組んでいる割合は９割程度であり、「利益：減少群」は７割程度と両者で差がみられた。
これより、売上、利益が増加している事業者ほど、経営改善に取り組んでいるという結果がみられた。

◆販売促進活動について

売上に関するクロス表

	合計	現在取り組んでいる	今後取り組んでみたい	取り組む必要はない
全体	16	7	4	5
(%)	100.0	43.8	25.0	31.3
同/増加	8	4	2	2
(%)	100.0	50.0	25.0	25.0
減少	8	3	2	3
(%)	100.0	37.5	25.0	37.5

利益に関するクロス表

	合計	現在取り組んでいる	今後取り組んでみたい	取り組む必要はない
全体	16	7	4	5
(%)	100.0	43.8	25.0	31.3
同/増加	7	4	1	2
(%)	100.0	57.1	14.3	28.6
減少	9	3	3	3
(%)	100.0	33.3	33.3	33.3

図：経営指標と販売促進活動の関係

「売上：同／増加群」で販売促進活動に取り組んでいる割合は５割程度であり、「売上：減少群」は４割程度と両者で差がみられた。
同様に、「利益：同／増加群」で販売促進活動に取り組んでいる割合は６割程度であり、「利益：減少群」は３割程度と両者で差がみられた。
これより、売上、利益が増加している事業者ほど、販売促進活動に取り組んでいるという結果がみられた。

◆地域関係者との連携

売上に関するクロス表

	合計	現在取り組んでいる	今後取り組んでみたい	取り組む必要はない
全体	16	8	5	3
%）	100.0	50.0	31.3	18.8
同/増加	8	5	3	
%）	100.0	62.5	37.5	
減少	8	3	2	3
%）	100.0	37.5	25.0	37.5

利益に関するクロス表

	合計	現在取り組んでいる	今後取り組んでみたい	取り組む必要はない
全体	16	8	5	3
%）	100.0	50.0	31.3	18.8
同/増加	7	4	3	
%）	100.0	57.1	42.9	
減少	9	4	2	3
%）	100.0	44.4	22.2	33.3

図：経営指標と地域関係者との連携の関係

「売上：同／増加群」で地域関係者との連携に取り組んでいる割合は６割程度であり、「売上：減少群」は４割程度と両者で差がみられた。
同様に、「利益：同／増加群」で地域関係者との連携に取り組んでいる割合は６割程度であり、「利益：減少群」は４割程度と両者で差がみられた。
これより、売上、利益が増加している事業者ほど、地域関係者との連携に取り組んでいるという結果がみられた。

◆メニュー･商品に阿東にしかない味覚等を入れる

利益に関するクロス表

	合計	はい	いいえ
全体	16	14	2
(%)	100.0	87.5	12.5
同/増加	7	7	
(%)	100.0	100.0	
減少	9	7	2
(%)	100.0	77.8	22.2

売上に関するクロス表

	合計	はい	いいえ
全体	16	14	2
(%)	100.0	87.5	12.5
同/増加	8	8	
(%)	100.0	100.0	
減少	8	6	2
(%)	100.0	75.0	25.0

図：経営指標と阿東にしかない味覚等を入れるとの連携の関係

「売上：同／増加群」で「阿東にしかない味覚等をいれる」に取り組んでいる割合は１０割程度であり、「売上：減少群」は８割程度と両者で差がみられた。
同様に、「利益：同／増加群」で「阿東にしかない味覚等をいれる」に取り組んでいる割合は１０割程度であり、「利益：減少群」は８割程度と両者で差がみられた。
これより、売上、利益が増加している事業者ほど、「阿東にしかない味覚等をいれる」メニュー・商品開発に取り組んでいるという結果がみられた。

◆飽きさせない商品 ･サービス作り

売上に関するクロス表

	合計	はい	いいえ
全体	16	11	5
(%)	100.0	68.8	31.3
同/増加	8	7	1
(%)	100.0	87.5	12.5
減少	8	4	4
(%)	100.0	50.0	50.0

利益に関するクロス表

	合計	はい	いいえ
全体	16	11	5
(%)	100.0	68.8	31.3
同/増加	7	6	1
(%)	100.0	85.7	14.3
減少	9	5	4
(%)	100.0	55.6	44.4

図：経営指標と飽きさせない商品 ･サービス作りとの連携の関係

「売上：同／増加群」で「飽きさせない商品・サービス作り」に取り組んでいる割合は９割程度であり、「売上：減少群」は５割程度と両者で差がみられた。
同様に、「利益：同／増加群」で「飽きさせない商品・サービス作り」に取り組んでいる割合は９割程度であり、「利益：減少群」は６割程度と両者で差がみられた。
これより、売上、利益が増加している事業者ほど、「飽きさせない商品・サービス作り」メニュー・商品開発に取り組んでいるという結果がみられた。

◆おもてなし優遇

売上に関するクロス表

	合計	はい	いいえ
全体	16	11	5
(%)	100.0	68.8	31.3
同/増加	8	6	2
(%)	100.0	75.0	25.0
減少	8	5	3
(%)	100.0	62.5	37.5

図：経営指標とおもてなし優遇の関係

「売上：同／増加群」で「おもてなし優遇」に取り組んでいる割合は９割程度であり、「売上：減少群」は５割程度と両者で差がみられた。
これより、売上が増加している事業者ほど、「おもてなし優遇」に取り組んでいるという結果がみられた。

◆サービスや店舗の維持

売上に関するクロス表

	合計	はい	いいえ
全体	16	9	7
(%)	100.0	56.3	43.8
同/増加	8	5	3
(%)	100.0	62.5	37.5
減少	8	4	4
(%)	100.0	50.0	50.0

図：経営指標とサービスや店舗の維持の関係

「売上：同／増加群」で「サービスや店舗の維持」に取り組んでいる割合は６割程度であり、「売上：減少群」は５割程度と両者で差がみられた。
これより、売上が増加している事業者ほど、「サービスや店舗の維持」に取り組んでいるという結果がみられた。

◆経営計画の作成

売上に関するクロス表

	合計	はい	いいえ
全体	16	11	5
(%)	100.0	68.8	31.3
同/増加	8	7	1
(%)	100.0	87.5	12.5
減少	8	4	4
(%)	100.0	50.0	50.0

利益に関するクロス表

	合計	はい	いいえ
全体	16	11	5
(%)	100.0	68.8	31.3
同/増加	7	6	1
(%)	100.0	85.7	14.3
減少	9	5	4
(%)	100.0	55.6	44.4

図：経営指標と経営計画の作成の関係

「売上：同／増加群」で「経営計画の作成」に取り組んでいる割合は９割程度であり、「売上：減少群」は５割程度と両者で差がみられた。
同様に、「利益：同／増加群」で「経営計画の作成」に取り組んでいる割合は９割程度であり、「利益：減少群」は６割程度と両者で差がみられた。
これより、売上、利益が増加している事業者ほど、「経営計画の作成」に取り組んでいるという結果がみられた。

◆在庫管理の頻度

売上に関するクロス表

	合計	毎日	週一回	月一回	していない
全体	16	7	2	3	4
(%)	100.0	43.8	12.5	18.8	25.0
同/増加	8	6	1		1
(%)	100.0	75.0	12.5		12.5
減少	8	1	1	3	3
(%)	100.0	12.5	12.5	37.5	37.5

利益に関するクロス表

	合計	毎日	週一回	月一回	していない
全体	16	7	2	3	4
(%)	100.0	43.8	12.5	18.8	25.0
同/増加	7	5	1		1
(%)	100.0	71.4	14.3		14.3
減少	9	2	1	3	3
(%)	100.0	22.2	11.1	33.3	33.3

図：経営指標と在庫管理の頻度の関係

「売上：同／増加群」で「毎日の在庫管理」に取り組んでいる割合は８割程度であり、「売上：減少群」は１割程度と両者で差がみられた。
同様に、「利益：同／増加群」で「毎日の在庫管理」に取り組んでいる割合は７割程度であり、「利益：減少群」は２割程度と両者で差がみられた。
これより、売上、利益が増加している事業者ほど、「毎日の在庫管理」に取り組んでいるという結果がみられた。

◆不足する設備

売上に関するクロス表

	合計	ある	ない
全体	16	11	5
(%)	100.0	68.8	31.3
同/増加	8	5	3
(%)	100.0	62.5	37.5
減少	8	6	2
(%)	100.0	75.0	25.0

利益に関するクロス表

	合計	ある	ない
全体	16	11	5
(%)	100.0	68.8	31.3
同/増加	7	4	3
(%)	100.0	57.1	42.9
減少	9	7	2
(%)	100.0	77.8	22.2

図：経営指標と不足する設備の関係

「売上：同／増加群」で「不足する設備」があるとした割合は６割程度であり、「売上：減少群」は８割程度と両者で差がみられた。
同様に、「利益：同／増加群」で「不足する設備」があるとした割合は６割程度であり、「利益：減少群」は８割程度と両者で差がみられた。
これより、売上、利益が減少している事業者ほど、「不足する設備」があるという結果がみられた。

◆情報化に対する取り組み

売上に関するクロス表

	合計	ＰＣ	スマートフォン	タブレット	ホームページ	ＳＮＳ	なし
全体	16	15	11	4	11	4	1
(%)	100.0	93.8	68.8	25.0	68.8	25.0	6.3
同/増加	8	8	6	2	6	3	
(%)	100.0	100.0	75.0	25.0	75.0	37.5	
減少	8	7	5	2	5	1	1
(%)	100.0	87.5	62.5	25.0	62.5	12.5	12.5

利益に関するクロス表

	合計	ＰＣ	スマートフォン	タブレット	ホームページ	ＳＮＳ	なし
全体	16	15	11	4	11	4	1
(%)	100.0	93.8	68.8	25.0	68.8	25.0	6.3
同/増加	7	7	5	2	5	3	
(%)	100.0	100.0	71.4	28.6	71.4	42.9	
減少	9	8	6	2	6	1	1
(%)	100.0	88.9	66.7	22.2	66.7	11.1	11.1

図：経営指標と情報化に対する取り組みの関係

「パソコンを持っている」「スマートフォンを持っている」「ホームページを持っている」「ＳＮＳをやっている」割合は「売上：同／増加群」の方が「売上：減少群」に比べて高い。
同様に、「パソコンを持っている」「ＳＮＳをやっている」割合は「売上：同／増加群」の方が「売上：減少群」に比べて高い。
これより、売上、利益が増加している事業者ほど、ＩＴに関する取り組みを行っているという結果がみられた。

◆売上・利益改善に関する示唆

これまでの売上・利益の増加／減少と各質問項目との関連を分析したことで、売上・利益が増加している事業所と減少している事業所の違いが見えてきた。これらの結果を整理すると以下となる。

売上・利益が増加している事業所の傾向

- ✓ 後継者の育成
- ✓ 経営改善・個性化
- ✓ 販売促進活動
- ✓ 地域関係者との連携
- ✓ 阿東ならではの商品・サービス作り
- ✓ 飽きさせない商品・サービス作り
- ✓ おもてなしサービスの実施
- ✓ 適切な店舗の維持管理
- ✓ 経営計画の作成
- ✓ 在庫管理の実施
- ✓ 不足する設備の導入
- ✓ 情報化への取り組み

今後は売上・利益の改善を図る場合、希望事業者には上記取り組みが有効であると考えられる。とはいえ、無計画な改善策を行うことは時間と費用を浪費する恐れが多分にある。まずは上記取り組みの内、**経営計画の作成**を進め、その中で取り組みの優先順位付けを行うことが良いと考えられる。

５．調査票

経済動向調査について

阿東地域の経済動向調査実施において、調査項目の例をご提出いたします。
下記ご参考の上、取捨選択いただけますと幸いです。

I. 経済動向調査の内、景況感に関するアンケート項目例

1. ここ○○年（○○カ月）前と比べて、御社の経営環境はどのように変化しましたか？

①	周辺の店舗数	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
②	売上高	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
③	客数	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
④	客単価	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
⑤	販売数量	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
⑥	利益	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
⑦	商品・原材料仕入単価	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
⑧	商品在庫、原材料在庫	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
⑨	従業員数	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
⑩	採算	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
⑪	資金繰り	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
⑫	設備投資	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
⑬	雇用	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
⑭	業況	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
⑮	短期借入金	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）
⑯	長期借入金	（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）

2. 最近の地域の景況感についてお答えください。
   1. 景気が良い
   2. 景気回復の兆しがある
   3. 横ばいである
   4. 衰退の恐れがある
   5. 衰退している

II. 経済動向調査の内、ニーズ・課題に関するアンケート項目例

1. 御社の主な顧客層はどのような後ですか

年齢：□１０代　□２０代　□３０代　□４０代　□５０代　□６０代以上
同行：□ひとり　□夫婦　□子供連れ家族　□その他家族（両親・兄弟など）
　　□恋人・友人・知人　□会社や地域の同僚

2. 地域の事業者が抱える課題は？上位○位まで回答

① 魅力ある店舗、事業者が少ない
② 事業者間の連携が少ない
③ 経営者の高齢化による後継者不足
④ 事業所の老朽化
⑤ 集客の核となる商店や事業者がない
⑥ 人口減少
⑦ 魅力ある商品がない

3. 課題解決にむけた取り組みについて

1）現在行っている・今後やりたいと考えるものは何ですか？

取組内容	現在取り組んでいる	今後取り組みたい	取組む必要はない
1. 後継者・担い手の育成	1	2	3
2. 事業者間、商店街組織の活性化・連携強化	1	2	3
3. 個店の経営改善・個性化	1	2	3
4. 不足業種の誘致	1	2	3
5. 空き店舗対策（空き店舗の活用等）	1	2	3
6. イベントの開催	1	2	3
7. 新たな商品やサービスの提供	1	2	3
8. 販売促進活動の実施	1	2	3
9. 大型店との連携	1	2	3
10. 地域関係者との連携	1	2	3
11. 行政との連携	1	2	3

2）お客様への対応について、以下の対応の有無についてお教えください。

①お客様がのんびり過ごせるよう対応していますか	1.はい　2.いいえ
②メニュー・商品に阿東にしかない味覚等を入れていますか	1.はい　2.いいえ
③パンフレット等で阿東の歴史や自然環境をお客様に広報していますか	1.はい　2.いいえ
④お客様の声を聴き、満足してもらえるよう対応していますか	1.はい　2.いいえ
⑤お客が年に何度でも来店してみたいと思えるように飽きさせないサービス・商品づくりをしていますか	1.はい　2.いいえ
⑥お客様に特別感を持ってもらえるようおもてなし優遇をしていますか	1.はい　2.いいえ
⑦お客様が訪問したことを誇らしく思えるよう、サービスや店舗の維持を行っていますか	1.はい　2.いいえ

3）事業所の対応としてご回答ください。

①経営計画を作っていますか　（1.はい　2.いいえ）

②売れ筋商品の売り上げは　（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）

③商品サービス価格に変更は　（1.変更なし 2.値上げした 3.値下げした）

④客単価は何円程度ですか　（　　円程度）

⑤在庫管理の頻度は　（1.毎日　2.週1回　3.月1回　4.していない）

⑥上得意様は　（1．増えた　2．ほぼ同じ　3．減った）

⑦今後、商圏の拡大、顧客の増加を検討していますか

（1.商圏の拡大による顧客の増加を検討している、
2.商圏はそのままで顧客の増加を検討している、
3.検討していない）

⑧期間中に広告は行いましたか　（1.広告は行った　2.していない）

⑨修繕が必要な個所はありますか（1.ある　2.ない）

⑩不足する設備等はありますか　（1.ある　2.ない）

（ある場合にご記入下さい

：　　）

⑪情報化に対する取り組み　（1．パソコンを持っている、2.スマートフォンを持っている、
3．タブレットを持っている 4.ホームページを持っている
5.facebook、Twitter をしている）